

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA PENERBANGAN
“SRIWIJAYA AIR” DI SURABAYA**

S K R I P S I

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Oleh :

HARRY WIBOWO
0412310439 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN
JAWA TIMUR
2010**

S K R I P S I

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENERBANGAN “SRIWIJAYA AIR” DI SURABAYA

Yang diajukan

HARRY WIBOWO
0412310439 / FE / EM

telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 3 September 2010

Pembimbing :

Tim Penguji :

Ketua

Pandji Soegiono, SE, MM

Dr. Muhadjir Anwar, MM

Sekretaris

Pandji Soegiono, SE, MM

Anggota

Dra. Ec. Hj. Kustini, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Penerbangan “Sriwijaya Air” Di Surabaya**, dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Pandji Soegiono, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Ilahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	8
2.2.1. Definisi Pemasaran Jasa	8
2.2.2. Karakteristik Jasa	10
2.2.3. Klasifikasi Jasa.....	11
2.2.4. Macam-Macam Jasa.....	12
2.2.5. Pengertian Pelayanan	13
2.2.5.1. Pengertian Kualitas Layanan	15

2.2.5.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	16
2.2.6. Kepuasan Pelanggan	19
2.2.7. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.1.1. Definisi Operasional	26
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	28
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1. Jenis Data	30
3.3.2. Sumber Data.....	30
3.3.3. Pengumpulan Data	30
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	31
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	31
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat	31
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat.....	32
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	32
3.4.3. Uji Normalitas Data	33
3.4.4. Pemodelan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)....	33
3.4.5. Uji Hipotesis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	38
4.1.2. Deskripsi Kualitas layanan (X).....	39
4.1.2.1. Berwujud / <i>Tangible</i> (X ₁)	40
4.1.2.2. Keandalan / <i>Realibility</i> (X ₂)	41
4.1.2.3. Daya Tanggap / <i>Responsiveness</i> (X ₃)	42
4.1.2.4. Jaminan / <i>Assurance</i> (X ₄)	43
4.1.2.5. Empati / <i>Empathy</i> (X ₅)	45
4.1.3. Kepuasan Pelanggan (Y)	46
4.2. Analisis Data	47
4.2.1. Uji Outlier.....	47
4.2.2. Uji Reliabilitas	49
4.2.3. Uji Validitas	50
4.2.4. Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> ..	51
4.2.5. Uji Normalitas	53
4.2.6. Analisis Model <i>One – Step Approach</i> to SEM	54
4.2.7. Uji Kausalitas	58
4.3. Pembahasan.....	59
4.3.1. Pengujian Hipotesis Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Kepuasan Penerbangan di Indonesia Tahun 2008 - 2009	4
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Tangible</i> (X_1) ...	40
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Realibility</i> (X_2).	41
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Responsiveness</i> (X_3)	42
Tabel 4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Assurance</i> (X_4).	44
Tabel 4.7. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Empathy</i> (X_5) ...	45
Tabel 4.8. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)	46
Tabel 4.9. <i>Residuals Statistics</i>	48
Tabel 4.10. Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i>	49
Tabel 4.11 <i>Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis</i>	51
Tabel 4.12 <i>Construct Reliability dan Variance Extracted</i>	52
Tabel 4.13. <i>Assessment Of Normality</i>	53
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model</i>	55
Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Eliminasi</i>	56
Tabel 4.16. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model	57
Tabel 4.17. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Modifikasi</i>	57
Tabel 4.18. Uji Kausalitas Antar Faktor	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, Model: <i>One Step Approach – Base Model</i>	54
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, Model: <i>One Step Approach – Eliminasi</i>	55
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, Model: <i>One Step Approach – Modifikasi</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENERBANGAN “SRIWIJAYA AIR” DI SURABAYA

Oleh:

Harry Wibowo

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan pada jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya. Fenomena yang terjadi pada saat ini di tidak terlepas dari permasalahan yang berhubungan dengan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air, hal ini diperkuat dengan data tingkat kepuasan jasa penerbangan di Indonesia Pada Tahun 2008 – 2009. Pada tahun 2009, maskapai penerbangan Sriwijaya Air memiliki nilai TSS (*Total Satisfaction Score*) sebesar 3,690 yang menempatkannya pada posisi terendah yaitu pada posisi ke-7, sedangkan pada tahun 2008 pesawat Sriwijaya Air memiliki nilai TSS lebih tinggi dibandingkan dengan nilai TSS tahun 2009 yaitu sebesar 3,812 sehingga mampu menempati urutan kedua setelah Garuda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, antara lain: responden berusia minimal 17 tahun, dan minimal pernah satu kali menggunakan jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya. Pengambilan sampel didasari oleh asumsi SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5 – 10 kali parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini ada 19 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 95 - 190. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 114 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM diagram yang akan mempermudah untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang akan diuji.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya.

Key Words: Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor jasa berperan penting bagi keberhasilan dalam menjalankan suatu perekonomian dengan baik, dan berfungsi sebagai fasilitator dari kegiatan-kegiatan produksi barang sektor manufaktur. Jasa dalam perekonomian secara mutlak diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Jasa yang dapat dinikmati masyarakat semakin meningkat jumlah dan jenisnya, dan salah satunya adalah jasa infrastruktur seperti transportasi. Menurut lingkup pemasaran jasa, transportasi termasuk bentuk jasa dengan tindakan nyata yang diarahkan kepada pelanggan yang mengarah kepada fisik manusia.

Adanya peningkatan jumlah penduduk yang terjadi di Indonesia diiringi dengan mobilitas penduduk di kota besar untuk melakukan perjalanan baik itu lewat udara, laut maupun darat yang cukup tinggi. Hal ini menyebabkan banyak bermunculan jasa-jasa transportasi, baik itu lewat udara, laut maupun darat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang cukup tinggi itu. Di Indonesia yang merupakan wilayah kepulauan yang memiliki 17.508 pulau (Nasution, 1996) terbentang dari Sabang sampai Merauke antara satu pulau dengan pulau yang lain dipisahkan oleh laut. Transportasi sangat memegang peranan penting untuk menunjang mobilitas penduduk dan barangnya.

Oleh karena itu pembangunan transportasi ditujukan untuk mewujudkan transportasi nasional yang terpadu, tertib, lancar, aman, nyaman, cepat,

terjangkau, efektif dan efisien. Sehingga dilihat dari segi manapun pembangunan transportasi harus didahulukan dari bidang-bidang lain. Apalagi untuk dunia bisnis modern seperti sekarang ini dimana pengangkutan selalu didahulukan dalam perencanaannya dan kenyataan kehidupan manusia selalu tergantung dari pengangkutan. Dapat dibayangkan manusia tanpa pengangkutan akan menimbulkan keresahan dalam kehidupan.

Dengan banyaknya maskapai penerbangan akhir-akhir ini dibutuhkan suatu strategi untuk dapat bertahan dalam persaingan ini. Kualitas layanan adalah salah satu yang diandalkan oleh perusahaan jasa seperti maskapai penerbangan, buruknya kualitas jasa atau manajemen jasa yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan akan mengakibatkan kerugian bagi para perusahaan.

Fuadati (2006; 90) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung dan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan karena itu merupakan proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Kondisi persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin kompetitif mengharuskan setiap maskapai penerbangan mengkaji ulang strategi yang digunakannya agar tidak kehilangan pelanggannya dan demi mencapai keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

Tak semua pelanggan yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan menyampaikan keluhannya. Kenyataannya banyak pelanggan yang tidak puas secara diam-diam beralih kepada orang lain sehingga akan

mempengaruhi calon pelanggan baru yang sebelumnya berminat untuk memilih jasa tersebut dan mengalihkan pilihannya kepada perusahaan pesaing. Dalam jangka panjang dampaknya akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Fuadati (2006; 94) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Boone dan Kurtz (1995: 439) bahwa kualitas layanan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.

Masalah yang dihadapi oleh pihak Sriwijaya Air ditunjukkan oleh adanya keluhan para pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Pada saat keberangkatan pesawat yang kadang-kadang tanpa adanya informasi yang kurang jelas, dirubah jadwalnya keberangkatan atau biasa disebut *delay*. Untuk tahun 2009, Sriwijaya Air dengan jurusan Surabaya - Makasar telah terjadi 80-85 kali *delay*. Untuk *delay* terbanyak tahun 2009 terjadi pada bulan Juni sebanyak 13 kali, hingga ke masalah bagasi dengan adanya barang yang *overload* sehingga akhirnya barang tersebut hilang dan pihak Sriwijaya Air tidak tanggap dalam menghadapi hal tersebut.

Dengan adanya kekurangan-kekurangan yang terjadi pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air tersebut diharapkan pelayanan yang akan datang dapat diperbaiki lagi. Untuk memahami adanya perilaku pelanggan bukan satu hal yang mudah dikarenakan adanya faktor - faktor yang berpengaruh dimana faktor tersebut saling berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya.

Masalah ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air diperkuat dengan data tingkat kepuasan jasa penerbangan di Indonesia Pada Tahun 2008 – 2009. Berikut ini disajikan tabel 1.1 yang menunjukkan data tingkat kepuasan jasa penerbangan di Indonesia Pada Tahun 2008 - 2009, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Tingkat Kepuasan Jasa Penerbangan di Indonesia
Tahun 2008 - 2009

No	Merek	Tahun 2009		Tahun 2008	
		TSS	Peringkat	TSS	Peringkat
1	Garuda (GIA)	4,201	1	4,249	1
2	Lion Air	3,923	2	3,793	5
3	Batavia Air	3,879	3	3,714	7
4	Air Asia	3,827	4	3,801	4
5	Mandala	3,800	5	3,806	3
6	Merpati	3,675	6	3,788	6
7	Sriwijaya Air	3,690	7	3,812	2

Sumber: SWA 19 / XXV / 3 – 13 September 2009

*) ket: TSS = Total Satisfaction Score

Berdasarkan tabel 1.1 tentang tingkat kepuasan jasa penerbangan di Indonesia, dapat diketahui bahwa pada tahun 2009, maskapai penerbangan Sriwijaya Air memiliki nilai TSS (*Total Satisfaction Score*) terendah yang berarti tingkat kepuasan pelanggan terhadap maskapai penerbangan Sriwijaya Air cukup rendah, sedangkan pada tahun 2008 pesawat Sriwijaya Air memiliki nilai TSS lebih tinggi dibandingkan dengan nilai TSS tahun 2009 sehingga mampu menempati urutan kedua setelah Garuda (GIA) (SWA 19/XXV/ 3– 13 September 2009).

Terjadinya penurunan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa penerbangan di Indonesia merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah semakin menurunnya tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Sriwijaya Air kepada pelanggannya.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa penerbangan “Sriwijaya Air” di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Organisasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang